

## 瑞幸咖啡如何在移动互联网时代迅速建立和扩张？

### 一、课程前言

一系列的品牌黄太吉、西少爷、喜茶等网红餐饮品牌应运而生。它们改变了传统的茶只能在茶馆喝的传统，甚至推出了凉茶，你可以随用随买，随时随地能喝，不需要消耗太多时间。如今，在这个网红餐饮矩阵中，又多了一个“瑞幸咖啡”。那么瑞幸咖啡如何从无到有，从默默无闻到耳熟能详，从咖啡新军到一方霸主？程老师结合多年营销经验，细细给大家分享“瑞幸之路”的成功与经验。

### 二、课程目标

☆ 本课程专门针对瑞幸咖啡实际情况，结合移动互联网时代的发展战略与推广的新模式，从而使学员进一步了解到移动互联网时代新营销的理论与实践。

### 三、课程收益

在课程结束时，学员将能够：

- ☆ **了解：从实战入手，讲移动互联网时代营销战略与体验营销**
- ☆ **掌握：移动互联网时代营销及体验营销的基本理论、方法论以及适用场景，从而运用自如，发挥到营销实际业务中去，产生良好的实际效果。**

### 四、课程时间及对象：

- ☆ 课程时间为（1小时）
- ☆ 授课对象：战略规划主官，市场总监，营销主官，产品设计人员

### 五、培训形式 案例分析、教案讲解等

### 六、课程大纲

#### 模块 1：啥是“Luckin”？

- ☆ Luckin 来了
- ☆ 如何做到一年 2000 家店
- ☆ Luckin 的运营模式

#### 模块 2：AAARRR 怎么应用的？

- ☆ 从红海找新的流量池
- ☆ 激活用户的方式
- ☆ 迅速转换，变留存用户为业务
- ☆ 简单有效的推荐与复购

#### 模块 3：“瑞幸之路”你学的会吗？

- ☆ 资本的力量
- ☆ 移动互联网的“中国式”胜利
- ☆ 活学、甚学